

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності  
(найменування кафедри)

**РЕФЕРАТ**

**кваліфікаційної роботи**

**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)  
за магістерською програмою професійного спрямування  
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»  
(назва магістерської програми)

на тему: **«АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА  
ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»**  
**(на прикладі торгового підприємства «Ідеал»)**

**Виконавець:**

студентка центру заочної та вечірньої форм  
навчання

Олійник К.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Малишко В.С.

прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## АНОТАЦІЯ

Олейник Катерина Олегівна  
«АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»  
(на прикладі торгового підприємства «Ідеал»)

Кваліфікаційна робота  
на здобуття освітнього ступеня магістра  
зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
за магістерською програмою «Економіка та стратегія розвитку підприємства»,  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів.

Об'єктом дослідження є діюча система управління товарним асортиментом торговельного підприємства «Ідеал».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти формування асортиментної політики на підприємствах торгівля, як потужної складової товарної політики. Особлива увага надається факторам впливу на асортименту політику та етапам розробки асортиментної політики.

Проаналізовано особливості діяльності супермаркету ТОВ «ІДЕАЛ». Виявлено склад товарного асортименту, надано його класифікації. В наявності дослідження рівня та динаміки основних показників діяльності. Проаналізована діюча асортиментна політика підприємства.

Запропоновано заходи щодо оптимізації процесу формування товарного асортименту, які б надали змогу підвищити прибутковість компанії та рівень її іміджу на ринку торгових послуг.

**Ключові слова:** товарна політика, асортиментна політика, маркетингова політика, оптимізація асортименту.

## ANNOTATION

**Oleynik Katerina, «Product assortment policy of the enterprise and ways of its improvement  
(on the example of the company «Ideal»)»**

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty  
076 «Business, trade and business activity"»  
for the educational program «Economics and strategy of development of industry»  
Odessa National Economics University.— Odessa, 2020.

The object of the research is the current system of product assortment management of the trade enterprise "Ideal".

The diploma thesis examines the theoretical aspects of the formation of assortment policy at trade enterprises, as a powerful component of product policy. Particular attention is paid to the factors influencing the assortment policy and the stages of the assortment policy development.

The features of the activity of the supermarket LLC "IDEAL" are analyzed. Found a warehouse of goods assortment, provided its classification. In the presence of a study of the level and dynamics of key performance indicators.

Measures are proposed to optimize the process of forming a product range, which provided an opportunity to increase the company's profitability and the level of its image in the market of trade services.

**Keywords:**Product assortment policy, trade policy, marketing policy, optimization of product assortment.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах економічних змін, збільшенні рівня конкуренції і стрімкого розвитку ринкових відносин виникає необхідність пошуку нових підходів у підприємстві, які будуть орієнтовані на підвищення прибутку і конкурентоспроможності підприємства. Забезпечення прибутковості підприємства та конкурентоспроможності часто визначається здатністю товарного асортименту підприємства правильно й адекватно відповідати попиту споживачів на кількісному і якісному рівнях.

Кожне підприємство постійно повинно швидко реагувати на кожну зміну ринкової ситуації, що відбивається на асортименті. Як свідчить світовий досвід, лідерство в конкурентній боротьбі отримує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці, володіє методами її реалізації.

Тому для будь-якого підприємства продумана і детально розроблена асортиментна політика є основою його стабільності, рентабельності, індивідуальності, конкурентоспроможності і, в кінцевому підсумку, визначає успіх підприємства на ринку. Крім того, асортиментна політика є найбільш важливим з усіх інструментів, за допомогою яких підприємство здійснює свою діяльність на ринку.

Метою магістерської роботи є вивчення теоретичних засад здійснення асортиментної політики на торгівельному підприємстві та обґрунтування практичних заходів щодо її вдосконалення на досліджуваному підприємстві.

Предметом дослідження є асортиментна політика як потужний важіль підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом дослідження є діюча система управління товарним асортиментом торгівельного підприємства «Ідеал»

Для досягнення мети дослідження були поставлені наступні завдання:

- визначити сутність, цілі та завдання асортиментної політики в умовах ринку;
- охарактеризувати особливості формування асортименту на підприємствах роздрібно́ї торгівлі;
- визначити фактори, що впливають на формування товарного асортименту;
- дати характеристику супермаркету «Ідеал» та основні напрямки його діяльності;
- дослідити рівень та динаміку основних показників діяльності супермаркету «Ідеал»;
- описати порядок формування асортименту товарів у супермаркеті «Ідеал»;
- описати асортиментну політику підприємства;
- внести пропозиції щодо удосконалення асортиментної політики.

В роботі досліджується господарсько-фінансова діяльність торгового підприємства «Ідеал»

В процесі дослідження використані традиційні способи та засоби економічного аналізу (табличного, порівняння, групування, графічний),

обробка матеріалів з використанням персональних ЕОМ. У роботі використані такі методи дослідження, як аналітичні, статистичні, графічні.

Інформаційна база дослідження є Закони України та інші нормативні документи з питань діяльності підприємства, підручники, навчальні посібники, рекомендовані Міністерством освіти та науки України, монографії та інші періодичні видання відомих вітчизняних і зарубіжних вчених, офіційні статистичні данні, а також Інтернет сайти.

Наукова новизна магістерської роботи полягає в подальшому розвитку теоретичних засад формування конкурентних переваг підприємств в галузі торгівлі, і в першу чергу, за рахунок вдосконалення асортиментної політики.

Практична новизна отриманих результатів дослідження полягає в тому, що вони можуть бути використані для формування конкурентної асортиментної стратегії підприємства, щодо посилення конкурентних переваг досліджуваного підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменувань) двох додатків. Основний зміст викладено на 113 сторінках. Робота містить: 20 таблиць, 8 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти формування асортиментної політики на підприємствах торгівлі» теоретичні аспекти формування асортиментної політики на підприємствах торгівлі, як потужної складової товарної політики. Особлива увага надається факторам впливу на асортименту політику та етапам розробки асортиментної політики. Важливим аспектом є і розгляд значення створення запасів, як фактора своєчасного і постійного задоволення потреб споживача.

У другому розділі «Аналітичне дослідження особливостей діяльності ТОВ «Ідеал» та його асортиментної політики» проаналізовано особливості діяльності досліджуваного супермаркету. Виявлено склад товарного асортименту, надано його класифікацію, охарактеризовані особливості організації продажу товарів і обслуговування покупців на ТОВ «Ідеал». Проведено дослідження рівня та динаміки основних показників діяльності підприємства. Серед інших питань особлива увага надається вивченню питань впливу цінової політики підприємства на формування асортименту продукції та її вдосконалення.

У третьому розділі «Оптимізація процесу формування товарного асортименту в ТОВ «Ідеал»» запропоновано заходи, спрямовані на оптимізацію процесу оновлення асортименту товарів широкого вжитку та на покращення товарної політики на підприємстві.

## ВИСНОВКИ

Тема обрана для дослідження є багатогранною і актуальною в сьогоdnішній досить складній економічній ситуації в якій опинилися підприємства і вся господарська система України.

Забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства визначається, найчастіше, здатністю асортименту товарів підприємства адекватно відповідати поточному споживчому попиту на якісному і кількісному рівнях. Таким чином, підвищення ефективності управління товарним асортиментом підприємства є актуальним завданням в сучасних умовах господарювання.

На основі теоретичного, аналітичного та практичного дослідження нами зроблені наступні висновки:

1. Компанія ТОВ "ІДЕАЛ" на сьогодні є багато профільним господарсько-торговельним супермаркетом. Основною спеціалізацією компанії є реалізація усіх видів товарів широкого вжитку, в широкому асортименті.

2. У рамках вибраної стратегії роботи компанія має можливість сформувати широкий асортимент товарів з урахуванням індивідуальних та оптових замовлень клієнтів, проводити гнучку цінову політику, у короткі терміни здійснювати постачання товарів у необхідній кількості.

3. У практиці збутової діяльності ТОВ "ІДЕАЛ" напрацьовано низку «загальних правил», чи рекомендацій, що не лише істотно полегшують відносини з клієнтами, але й стабілізують становище підприємства, створюють умови для виживання в конкурентній боротьбі. Створення саме такого механізму реалізації збутової діяльності дає змогу оперативно приймати зважені управлінські рішення у сфері збуту та підвищувати прибутковість діяльності компанії у цілому.

4. Великий вплив на торговельну діяльність має асортиментна політика підприємства. В ТОВ «Ідеал» вона досить гнучка, миттєво реагуюча на всі кон'юнктурні зміни на ринку - зміни в цінах, нові товари тощо. Найбільших дивідендів досліджуване підприємство може отримати в разі впровадження на підприємстві системи управління асортиментом.

5. Враховуючи те, що ТОВ «Ідеал» - це торговельний супермаркет, що не має власного виробництва, в роботі було запропоновано підприємству здійснити кроки у вдосконаленні власної маркетингової діяльності в напрямках товарної політики, асортиментної політики, цінової і комунікаційної політики. Величезний асортимент товарів не завжди приносить додаткові прибутки, а може завдавати збитків. Саме тому пропонується приділити увагу товарній політиці на досліджуваному підприємстві.

6. Важливим напрямком підвищення ефективності асортиментної політики на ТОВ «Ідеал» є налагодження довгострокових ділових зв'язків з великими постачальниками продуктових товарів. Підприємству слід замислитись над тим, щоб розширити свій перелік великих постачальників. Ці дії допоможуть підприємству чітко зреагувати на потреби споживача, що змінюються, і запропонувати для задоволення останніх товари, яких вони

потребують, що в свою чергу забезпечить великий обсяг реалізації та отримання прибутку.

7. З метою постійного зростання конкурентних переваг підприємству доцільно більше уваги приділяти покращенню маркетингової політики на ринку товарів широкого вжитку.